

**АЛЕКСАНДР БАЙДИН**, специалист по программным решениям департамента программной интеграции компании «Айтеко»:

– Корпоративный портал – единое окно для безопасного распределенного доступа к корпоративным данным, приложениям с персонализированным пользовательским интерфейсом. Его технологическая платформа позволяет реализовывать эффективные интеграционные решения, объединяющие различные источники данных и приложения, создавать виртуальные рабочие места. Эффективность в данном случае означает, что такие решения внедряются быстро и с минимальными затратами. С точки зрения технологии разница между современным корпоративным порталом и «просто сайтом» примерно такая же, как между авиалайнером и дельтапланом, собранным где-то в гараже. Конечно, и любители могут изобрести нечто особенно удачное, но летать в командировки лучше все-таки на рейсовом самолете.

**АЛЕКСЕЙ СЕВАСТЬЯНОВ**, директор отделения тиражируемых решений ИBS:

– На рынке IT-решений корпоративные порталы переживают настоящий бум. Наличие портала – признак хорошего тона, что отражает возросший уровень корпоративной культуры. Раньше компании довольствовались небольшими самодельными сайтами. Они выполнили свои функции, подготовив почву для создания полноценных порталов, и постепенно отмирают, поскольку значительно выросли требования пользователей. Компании накопили крупное количество информации, больше общаются с сотрудниками, немало внимания уделяют обучению. Возникла потребность в новых современных инструментах для поддержки этих процессов. Кроме того, в компаниях создано множество информационных систем различного назначения, возникла потребность в их интеграции. Все эти задачи решает корпоративный портал.

**Строят порталы?**

**АЛЕКСЕЙ ГАЛАГАН**, директор по интеграционным технологиям группы «Борлас»:

– Базовые функции портала – календарное планирование, возможность коллективной работы, формирование единого хранилища документов, создание механизмов по обмену знаниями. Кроме того, он является единой точкой доступа ко всем IT-системам компании – ERP, CRM, SCM. С развитием беспроводного доступа актуальными становятся мобильные решения. Они являются частью корпоративного портала и позволяют менеджменту всегда быть в курсе всех дел. Оперативно доступной становится вся ключевая информация – данные по ключевым показателям деятельности предприятия, по мировым фондовым индексам, котировкам акций и облигаций, курсам валют, а также обеспечивающие online-доступ к корпоративной электронной почте, календарю и системам планирования рабочего времени.

**ЕКАТЕРИНА ВОЛОЩЕНКО**, директор департамента электронного бизнеса и заказных разработок TopS BI:

– Одна из главных функций портала – обеспечение удобного защищенного доступа для руководителей и сотрудников компании, а при необходимости ее партнеров и клиентов к корпоративным информационным системам, аналитическим хранилищам данных. Портал может выступать в роли универсального «рабочего стола», на котором размещен «вход» в корпоративные приложения. При этом доступ к ним осуществляется персонализировано через простой web-интерфейс и максимально защищенным образом. А пользователю не требуется запоминать и многократно вводить различные пароли. Дополнительно предоставляется возможность удаленного мобильного доступа к portalу, что позволяет руководителю получать нужную информацию даже за пределами офиса.

**АЛЕКСАНДР ХЛУДЕНЕВ**, руководитель направления порталных решений интегратора «Крок»:

– Заказчиками корпоративных порталов обычно становятся территориально распределенные компании с развитой IT-инфраструктурой. Это холдинги, а также государственные организации, стремящиеся унифицировать «парк» наследованных приложений и повысить эффективность работы. Для «Крок» портал – один из основных рабочих инструментов. Он дает быстрый и удобный доступ к постоянно нужной каждому информации. Это новости компании, описание социальных программ для сотрудников, автоматизированный заказ обедов, пропусков, переговорных комнат и других самых разнообразных ресурсов. Портал постоянно обновляется, на нем появляются все новые сервисы. За актуальностью информации и удобством структуры следит отдельный специалист, которому помогает группа внутренней автоматизации.

**ДЕНИС КАГАНЕ**,  
руководитель  
практики интернет-  
консалтинга Energy  
Consulting:

– Портал компании – это высокоэффективный инструмент продаж. Аудитория интернета состоит из социально успешных людей. При профессионально выстроенном на сайте механизме продаж и грамотной маркетинговой политике в интернете продажи через него могут превысить оборот нескольких филиалов. Кроме того, портал – это мощный инструмент продвижения информации о компании и общения с внешними аудиториями. Интернет предлагает принципиально новые механизмы, позволяющие снизить расходы на рекламу и PR. Наконец, корпоративный портал – это идеальный инструмент для маркетинговых исследований. Только интернет-среда может дать точный ответ на вопрос, что именно нужно вашим клиентам. Например, возможность оценить эффективность рекламного сообщения по реакции посетителей портала.

**ЛЕОНИД ГОЛОВИН**, директор управления информационных систем R-style Softlab:

– Думаю, что корпоративный портал следует воспринимать только в его единственном истинном значении – это красиво и грамотно оформленный «вход в здание». Да, портал – удобный инструмент внутренних связей с общественностью (PR). Сотрудники получают через него своевременную и полную информацию о деятельности компании, справочные данные. Развитый корпоративный портал – хранитель базы знаний компании. Он позволяет новым сотрудникам быстрее пройти адаптацию в компании. И является средством налаживания внутренних коммуникаций и является проводником корпоративной культуры. Однако попытка подать портал как техническое средство для гибкой интеграции бизнес-приложений не более чем уловка и красивый миф.

**ДМИТРИЙ КРАСАВИН**,  
заместитель генерального  
директора ISG, руководитель управления консалтинга:

– Портал – это глобальное информационное приложение, предоставляющее персонализированный, индивидуально настраиваемый вход для внутренних и внешних пользователей. Интерфейс портала настраивается индивидуально. Пользователь сам получает необходимую документацию, экспертные заключения, а также публикует информацию и взаимодействует с людьми. В отличие от сайтов каждый контакт или документ строго фиксируется и учитывается в базе данных с индексацией в поисковой системе. Создание и развитие портала требует значительного привлечения ресурсов и адаптированного построения процессов управления в самой компании-заказчике. Необходимо точное понимание целевой аудитории портала, квалификации пользователей, а также видение коммуникативной инфраструктуры доступа.

**Зачем  
компании**